

REGOLAMENTO AZIENDALE PER LA DISCIPLINA DELLE SPONSORIZZAZIONI A FAVORE DELL'A.O.U.P.

(DELIBERE D.G. N. 790 DEL 25/10/2019 E 948 DEL 12/12/2019)

INDICE

1. PREMESSA
2. SCOPO ED OBIETTIVI
3. CAMPO DI APPLICAZIONE
4. RESPONSABILITÀ
5. DEFINIZIONI E ABBREVIAZIONI UTILIZZATE
6. ARTICOLI
 - ART. 6.1 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE, OGGETTO
 - ART. 6.2 - VINCOLI DI CARATTERE GENERALE
 - ART. 6.3 - INDIVIDUAZIONE E ATTIVAZIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE
 - ART. 6.4 - SCELTA DELLO SPONSOR
 - ART. 6.5 - PRESENTAZIONE E CONTENUTO DELL'OFFERTA
 - ART. 6.6 - VALUTAZIONE DELLE OFFERTE: LA COMMISSIONE PER LE SPONSORIZZAZIONI
 - ART. 6.7 - ADEMPIMENTI RELATIVI ALL'AGGIUDICAZIONE
 - ART. 6.8 - AFFIDAMENTO DIRETTO
 - ART. 6.9 - DIRITTO DI DINIEGO
 - ART. 6.10 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE
 - ART. 6.11 - CORRISPETTIVO DELLA SPONSORIZZAZIONE
 - ART. 6.12 - REALIZZAZIONE DEL PROGETTO, VERIFICHE E RELAZIONE FINALE
 - ART. 6.13 - ASPETTI PRIVACY
 - ART. 6.14 - CONFLITTO DI INTERESSI E TRASPARENZA
 - ART. 6.15 - PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE
 - ART. 6.16 - REGIME FISCALE
 - ART. 6.17 - NORMA DI RINVIO
7. MODALITÀ DI AGGIORNAMENTO E SUA PERIODICITÀ
8. RIFERIMENTI NORMATIVI

1. PREMESSA

L'Azienda Ospedaliero Universitaria Pisana, di seguito denominata A.O.U.P., nell'esercizio della propria autonomia imprenditoriale riconosciuta dalla normativa vigente, può avvalersi di sponsorizzazioni passive da parte di terzi al fine di promuovere, nell'ambito delle proprie finalità istituzionali, iniziative finalizzate a favorire lo sviluppo di nuovi modelli organizzativi, di attività e di progetti innovativi per l'azienda in ambito amministrativo, sanitario e della ricerca scientifica.

Con il contratto di sponsorizzazione un soggetto esterno all'A.O.U.P., lo sponsor, versa un corrispettivo oppure si impegna a garantire prestazioni (progetti/iniziativa/attività) a favore dell'A.O.U.P. stessa, la quale a sua volta si obbliga verso il soggetto a veicolare il suo marchio, logo e/o immagine secondo modalità predefinite.

2. SCOPO ED OBIETTIVI

Scopo del presente Regolamento è quello di disciplinare le modalità di gestione delle sponsorizzazioni, l'affidamento delle attività di sponsorizzazione, lo svolgimento delle stesse e la stipula dei relativi contratti alla

luce della vigente normativa e nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, efficienza, trasparenza, parità di trattamento ed in osservanza del principio di esclusione di conflitto di interessi tra l'attività pubblica e quella privata.

La revisione del documento è stata effettuata tenuto conto anche degli obiettivi finalizzati a rafforzare la conformità di cui ai *Percorsi Attuativi di Certificabilità* di seguito denominati P.A.C. per i processi - qui descritti - che afferiscono al Ciclo contabile attivo, di cui al Decreto interministeriale Salute/Economia e Finanze del 17/09/2012 e alle seguenti delibere attuative della Giunta Regionale Toscana.

Difatti i contributi di sponsorizzazione possono configurare contabilmente 'Altri contributi in conto esercizio' in quanto danno origine a crediti soggetti a valutazione dell'esigibilità e a riscossione.

In particolare il P.A.C. tende a documentare: l'adeguata separazione di compiti e responsabilità nelle fasi di acquisizione, rilevazione e gestione dei crediti e dei correlati ricavi; l'assicurazione che ogni operazione suscettibile di originare, modificare o estinguere i crediti sia accompagnata da appositi documenti, controllati ed approvati prima della loro trasmissione a terzi e rilevazione contabile; l'adeguata valutazione dei crediti e dei ricavi, tenendo conto di tutti i fatti che possono influire sul valore degli stessi.

3. CAMPO DI APPLICAZIONE

Il presente Regolamento si applica alle sponsorizzazioni passive secondo quanto definito nella Premessa.

Non si applica agli atti di liberalità oggetto di specifiche e separate regolamentazioni aziendali.

Non si applica altresì alle sponsorizzazioni destinate al finanziamento della formazione individuale e/o al finanziamento di attività previste nel Piano di Formazione Aziendale.

4. RESPONSABILITÀ

Le responsabilità delle singole attività sono indicate, punto per punto, nell'articolato riportato al successivo Par. 6.

5. DEFINIZIONI E ABBREVIAZIONI UTILIZZATE

Ai fini del presente regolamento si intende:

- per *sponsor*: la persona fisica o giuridica che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'A.O.U.P.;
- per *sponsee*: l'A.O.U.P.;
- per *contratto di sponsorizzazione*: un contratto atipico a prestazioni corrispettive mediante il quale un soggetto (sponsor) si obbliga a pagare un determinato corrispettivo in denaro oppure a fornire proprie prestazioni (progetti, iniziative, attività) nei confronti dell'A.O.U.P. (sponsee) che, a sua volta, si obbliga a veicolare il suo marchio, logo e/o immagine in appositi e predefiniti spazi durante lo svolgimento di determinate attività;
- per *sponsorizzazione*: ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni proveniente da terzi allo scopo di promuovere l'attività dell'A.O.U.P. per conseguire un beneficio di immagine;
- per *manifestazione di interesse*: la volontà di terzi, comunicata all'A.O.U.P., di sponsorizzare attività/progetti aziendali;
- per *spazio di veicolazione dell'immagine*: lo spazio fisico o il supporto di trasmissione e/o veicolazione delle informazioni di volta in volta reso disponibile dall'A.O.U.P. per associare la visibilità dello sponsor allo specifico progetto/iniziativa;
- per *progetto di sponsorizzazione*: i contenuti del capitolato specifico del bando/avviso di sponsorizzazione;
- per *conflitto di interessi*: la situazione, condizione o insieme di circostanze che determinano o accrescono il rischio che gli interessi primari - consistenti nel corretto e imparziale adempimento dei doveri e compiti

istituzionali, finalizzati al perseguimento del bene pubblico – possano essere compromessi da interessi secondari, privati o comunque particolari;

- per Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader: il professionista aziendale che ha la responsabilità della realizzazione, gestione economica del progetto e/o monitoraggio dello stesso e può essere titolare dell'iniziativa/progetto.

6. ARTICOLI

ART. 6.1 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE - OGGETTO

Con il contratto di sponsorizzazione il terzo (cd. Sponsor) versa un corrispettivo oppure si impegna a garantire proprie prestazioni (progetti/iniziative/attività) nei confronti dell'A.O.U.P. (cd. Sponsee) che a sua volta si obbliga verso il soggetto a veicolare il suo marchio, logo e/o immagine in spazi appositamente individuati.

Il corrispettivo a carico dello sponsor può essere rappresentato sia da una somma di denaro (cd. sponsorizzazione pura) – per la quale l'A.O.U.P., a cura della U.O. Gestioni Economiche e Finanziarie individua un apposito conto di bilancio in entrata – sia dalle attuazioni di progetti o altra prestazione (cd. sponsorizzazione tecnica).

ART. 6.2 - VINCOLI DI CARATTERE GENERALE

Le sponsorizzazioni devono essere rispondenti ai bisogni dell'A.O.U.P., con esclusione di ogni possibile conflitto fra interesse pubblico perseguito dall'A.O.U.P. ed interessi privati.

Lo sponsor proponente dovrà sottoscrivere una apposita dichiarazione di assenza di conflitto di interessi.

L'A.O.U.P. a suo insindacabile giudizio non procederà alla stipula di contratti di sponsorizzazione qualora:

- la sponsorizzazione sia in contrasto con gli interessi dell'A.O.U.P. o risulti inaccettabile per motivi di opportunità generale ed etica aziendale;
- i costi correlati alla sponsorizzazione facciano venire meno la convenienza economica della sponsorizzazione stessa;
- non esista un mercato concorrenziale per l'acquisto dei materiali di consumo necessari per il funzionamento delle attrezzature oggetto della sponsorizzazione.

Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti i seguenti prodotti:

- servizi di onoranze funebri;
- prodotti farmaceutici;
- pubblicità diretta alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi;
- cartochiromazia, magia ed occultismo;
- propaganda politica, sindacale e religiosa;
- distribuzione di prodotti oltraggiosi per la morale;
- compravendita di oro;
- gioco d'azzardo, scommesse, lotterie e simili;
- pubblicità che possa offendere la dignità della persona, evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, religione;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
- risarcimento attività sanitarie,
- prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto di interesse con l'attività e gli scopi istituzionali dell'Azienda Ospedaliero Universitaria Pisana;

ART. 6.3 - INDIVIDUAZIONE E ATTIVAZIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE

La sponsorizzazione è avviata su iniziativa dell'A.O.U.P., in base alle attività stabilite in sede di programmazione o comunque in base ad iniziative ritenute d'interesse per migliorare i percorsi assistenziali e la qualità delle prestazioni erogate.

La sponsorizzazione può essere altresì attivata su proposta spontanea da parte di altri soggetti terzi. In tal caso l'A.O.U.P., nel rispetto del presente regolamento, deve valutarne l'opportunità e la rispondenza ai propri obiettivi.

La proposta di attivazione di una sponsorizzazione deve essere formulata per scritto, con indicazione esplicita del proponente e di tutti i contenuti del progetto ed indirizzata al Direttore Generale.

La proposta di sponsorizzazione proveniente da soggetto esterno deve essere presentata all'Ufficio Protocollo aziendale, che provvede all'inoltro alla Direzione Aziendale e alla U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive.

La U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive procede ad una prima valutazione della proposta proveniente dall'esterno o del progetto interno.

La Direzione Aziendale si esprime in merito alla coerenza della proposta esterna/progetto interno con la strategia aziendale e con la politica di sviluppo; conseguentemente comunica alla U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive le valutazioni effettuate in merito all'opportunità di attivare l'iter procedimentale.

A seguito della suddetta comunicazione, la U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive individua il Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader e le strutture aziendali da interessare per valutazioni e pareri, richiesti e riscontrati in forma scritta.

Acquisiti i pareri e le valutazioni richieste secondo il comma precedente, la U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive può sottoporre nuovamente la proposta di sponsorizzazione, corredata dalle valutazioni tecniche acquisite, alla Direzione Aziendale per il parere definitivo.

Conseguentemente la Direzione Aziendale formula per scritto il parere sull'attivazione della sponsorizzazione.

Ricevuto il parere favorevole della Direzione Aziendale, la U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive provvede a predisporre l'avviso di sponsorizzazione da pubblicare nei modi di cui al successivo art. 6.4.

Il suddetto Avviso è approvato con delibera del Direttore Generale, la cui istruttoria è curata dalla U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive.

ART. 6.4 - SCELTA DELLO SPONSOR

La scelta dello sponsor, tenuto conto dei limiti e dei vincoli previsti dal presente regolamento, avviene nel rispetto della normativa vigente e dei principi di imparzialità, parità di trattamento e trasparenza.

Salvo i casi previsti al successivo art. 6.9, la scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura selettiva ad evidenza pubblica, idonea a garantire la concorrenzialità e la parità tra i soggetti potenzialmente interessati alle iniziative oggetto di sponsorizzazione.

L'avviso di ricerca dello sponsor per i contratti di importo superiore a € 40.000,00, ai sensi e per gli effetti del primo comma dell'art. 19 D.lgs. 50/2016, viene pubblicato sull'Albo Aziendale nell'apposita sezione "amministrazione trasparente" per almeno 30 giorni.

A discrezione dell'A.O.U.P., per finalità di trasparenza l'avviso di ricerca dello sponsor per i contratti di importo inferiore a € 40.000,00 può essere pubblicato per un periodo di almeno 10 giorni.

L'avviso può prevedere, eventualmente, quale importo minimo quello offerto dal soggetto promotore e conseguentemente un diritto di prelazione dello stesso.

L'avviso deve contenere:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- i requisiti di partecipazione, l'esatta determinazione dell'offerta e il costo presunto per la realizzazione dell'iniziativa;
- il progetto o le altre attività/prestazioni possibili che lo sponsor deve garantire;
- la durata del rapporto;
- gli obblighi dello sponsor e dello sponsee;
- le modalità e i termini di presentazione dell'offerta;
- le eventuali modalità di scelta dello sponsor;
- l'eventuale diritto di prelazione;
- il link del sito web aziendale da cui consultare il presente regolamento.

Qualora l'iniziativa oggetto della sponsorizzazione non richieda per la sua natura l'individuazione di un unico sponsor sono ammesse, per la medesima iniziativa, sponsorizzazioni da parte di diversi soggetti proponenti.

ART. 6.5 - PRESENTAZIONE E CONTENUTO DELL'OFFERTA

I soggetti interessati devono far pervenire le proprie offerte di partecipazione nei termini indicati nell'avviso di cui sopra.

L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve contenere:

- per le sponsorizzazioni in denaro: l'ammontare del contributo offerto dallo sponsor proponente, con la specifica indicazione dell'IVA;
- per le sponsorizzazioni tecniche: la descrizione analitica del progetto, le attività, i servizi, le prestazioni, le modalità di realizzazione e la durata;
- l'accettazione delle condizioni previste nel bando nonché l'impegno a sottoscrivere il relativo contratto di sponsorizzazione.

L'offerta deve essere altresì corredata da apposita dichiarazione inerente l'assenza di conflitto di interesse e dalle altre dichiarazioni specificate nell'Avviso quali, a titolo esemplificativo:

- inesistenza delle condizioni d'incapacità a contrarre con la Pubblica Amministrazione di cui agli artt. 120 e ss della legge 24/11/1982 n. 689 e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
- inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
- inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
- possesso, da parte del proponente, dei requisiti di cui all'art. 80 del D.lgs. 50/2016.

ART. 6.6 - VALUTAZIONE DELLE OFFERTE: LA COMMISSIONE PER LE SPONSORIZZAZIONI

Le offerte di sponsorizzazione pervenute in relazione allo specifico avviso sono istruite e valutate da un'apposita "Commissione per le sponsorizzazioni", la cui composizione è determinata con delibera del Direttore Generale in sede di approvazione dell'avviso.

La Commissione valuta le offerte pervenute nel rispetto dei principi di imparzialità, parità di trattamento, nonché nel rispetto dei criteri indicati nel presente regolamento.

La "Commissione per le sponsorizzazioni" è, di norma, composta:

- dal Direttore Sanitario o Direttore Amministrativo o loro delegati in relazione allo specifico oggetto della sponsorizzazione;
- dal Direttore U.O. Direzione Medica di Presidio o suo delegato;
- dal Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader.

Ove il progetto sia di particolare complessità o richieda il coinvolgimento di settori con peculiari competenze tecniche, la Commissione può essere integrata da professionisti e/o tecnici esperti nella materia cui il progetto si riferisce.

La Commissione svolge anche funzioni di garanzia rispetto alla sussistenza di eventuali conflitti di interessi derivanti, tra l'altro, da contrasti tra le finalità istituzionali dell'A.O.U.P. e quelle dello sponsor o tra attività pubblica e privata, nonché in relazione alla sussistenza di motivi di esclusione, divieti o motivi di inopportunità generale.

In particolare, in materia di conflitto di interessi la Commissione - in sede di valutazione delle offerte - deve analizzare le informazioni necessarie (analisi del contesto), identificare gli interessi in gioco (interesse primario dell'ente e interesse secondario del soggetto) al fine di valutare la presenza di un conflitto di interessi e di conseguenza individuare le soluzioni per tentare di eliminare detta situazione (cd. trattamento del rischio), così come stabilito dalla Policy sulla Gestione del Conflitto di Interessi nelle attività dell'A.O.U.P. (Documento Organizzativo Aziendale DOA 09 - art. 6.2.2).

Ciascun componente della Commissione è tenuto all'astensione nell'ipotesi in cui possa ravvisarsi un conflitto di interessi, anche solo potenziale, in merito al progetto esaminato.

I componenti della Commissione devono sottoscrivere apposita dichiarazione inerente l'insussistenza di cause di incompatibilità e conflitto di interessi sulla base del format aziendale validato dal Responsabile della prevenzione, corruzione e trasparenza.

Tutte le decisioni della Commissione sono assunte a maggioranza dei componenti presenti.

La Commissione, all'esito dei lavori, redige apposito verbale e comunica gli esiti al Responsabile del procedimento della U.O. Marketing, Progetti Speciali e Convenzioni Attive mediante invio del verbale medesimo sottoscritto da tutti i componenti.

ART. 6.7 - ADEMPIMENTI RELATIVI ALL'AGGIUDICAZIONE

La gestione delle fasi successive all'assegnazione compete alla U.O. Marketing, Progetti Speciali e Convenzioni Attive che, ricevuto il verbale di aggiudicazione dalla Commissione, provvede agli adempimenti necessari per formalizzare l'aggiudicazione della sponsorizzazione con predisposizione di atto deliberativo di approvazione dello schema di contratto e del piano finanziario di utilizzo degli introiti.

ART. 6.8 - AFFIDAMENTO DIRETTO

L'A.O.U.P. può procedere all'affidamento diretto, senza ricorrere alla procedura di selezione di cui agli artt. precedenti, nei seguenti casi:

- quando siano state esperite senza esito le procedure di cui all'art. 6.4 ;
- in casi eccezionali, adeguatamente motivati, per necessità, urgenza o per la particolare natura dell'evento, per cui la negoziazione è limitata ad un soggetto determinato;
- per le sponsorizzazioni di valore inferiore a 40.000,00 (IVA esclusa).

ART. 6.9 - DIRITTO DI DINIEGO

L'A.O.U.P. si riserva il diritto di poter rifiutare le offerte di sponsorizzazione qualora:

- ritenga che vi sia un reale o potenziale conflitto di interesse tra l'attività pubblica e privata;
- ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- sia inaccettabile per motivi di inopportunità generale o per ragioni di pubblico interesse;
- la finalità sia contraria alla legge e/o al buon costume;
- la collocazione del messaggio per il conseguimento di un beneficio di immagine da parte dello Sponsor riguardi seguenti spazi: locali del Pronto Soccorso, locali di Rianimazione, locali di Radioterapia, le oncologie, ambienti adibiti all'espletamento dei servizi mortuari, la cappella, i luoghi di culto e le sale del commiato, autovetture dell'Azienda che svolgono compiti istituzionali di polizia giudiziaria, di verifica e controllo ispettivo.

ART. 6.10 - CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE

Il contratto di sponsorizzazione, sottoscritto dallo sponsor e dal Direttore Generale, è un contratto atipico a prestazioni corrispettive, disciplinato dalle norme generali sui contratti ex artt. 1325 e ss c.c. .

Esso deve contenere:

- l'oggetto della sponsorizzazione;
- gli obblighi dello sponsor;
- gli obblighi dello sponsee;
- l'individuazione della struttura / funzione responsabile dell'esecuzione del contratto dal punto di vista tecnico- organizzativo presso lo sponsee;
- l'individuazione del Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader il quale dopo aver preso visione del contratto ne accetta il contenuto con la sottoscrizione;
- la specificazione degli adempimenti attribuiti al Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader in relazione alla natura del progetto;
- la durata;
- la previsione di un eventuale rinnovo del contratto;
- le clausole di tutela per eventuali inadempienze e le cause di risoluzione del contratto;
- l'indicazione della competenza esclusiva del foro di Pisa in caso di controversie;
- la disciplina delle spese contrattuali.

Il contratto non può essere ceduto, in tutto o in parte, ai terzi senza il preventivo consenso scritto dell'altra parte. Il credito derivante dal contratto non può essere oggetto di cessione o di delegazione sotto qualsiasi forma.

ART. 6.11 - CORRISPETTIVO DELLA SPONSORIZZAZIONE

I proventi derivanti da sponsorizzazione confluiscono su un apposito conto del bilancio di competenza indicato specificamente nella delibera che approva l'avviso di sponsorizzazione ed il relativo schema di contratto.

Il corrispettivo, specificato e dettagliato nel contratto di sponsorizzazione, può consistere in:

- somme di denaro: le somme di denaro incassate dall'A.O.U.P. a titolo di corrispettivo della sponsorizzazione sono utilizzate per le finalità specificate nel bando e definite nei singoli contratti.

Tali introiti sono sempre diretti al perseguimento di interessi pubblici, al miglioramento della qualità dei servizi e alla riduzione delle spese.

- prestazioni realizzate a cura e spese dello sponsor, nei limiti e secondo le condizioni imposte dalla normativa vigente e disciplinate nel contratto.

La corresponsione delle somme di denaro è effettuata dallo Sponsor previa emissione da parte dell'AOUP di fattura, recante l'importo della somma da ricevere ed il riferimento al contratto; l'emissione della fattura è richiesta per scritto dalla U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive alla U.O. Gestioni Economiche e Finanziarie nei termini indicati nel contratto.

La U.O. Gestioni Economiche e Finanziarie dà comunicazione alla U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive, in forma tracciabile, dell'emissione della fattura e dell'avvenuto incasso della relativa somma. La U.O. Gestioni Economiche e Finanziarie provvede, altresì, alle scritture contabili di competenza, seguendo quanto indicato nel comma 1 del presente articolo.

Il contratto prevede le modalità di restituzione allo Sponsor delle somme eventualmente incassate dall'AOUP ma non utilizzate.

Non è ammesso l'utilizzo di una somma già versata dallo sponsor per finalità diverse da quelle indicate nel contratto.

ART. 6.12 - REALIZZAZIONE DEL PROGETTO, VERIFICHE E RELAZIONE FINALE

La realizzazione del progetto oggetto di sponsorizzazione spetta al Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project leader, il quale si impegna alla conduzione e gestione economica dello stesso secondo gli obblighi assunti con la sottoscrizione del contratto.

Gli adempimenti relativi alla veicolazione del marchio, logo e/o immagine sono a carico del Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader, il quale - in fase di progettazione - ne individua le forme e le modalità di concerto con gli Uffici aziendali competenti in materia.

Nel caso in cui la sponsorizzazione riguardi l'esecuzione di prestazioni ad opera dello sponsor il Responsabile della Sponsorizzazione e/o Project Leader è tenuto ad eseguire periodiche verifiche al fine di accertare la corretta esecuzione del contratto.

All'esito delle suddette verifiche, il Responsabile della Sponsorizzazione (o Project Leader) redige una comunicazione scritta da trasmettere alla U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive.

Nel caso in cui emergano - in sede di verifica - difformità o inadempienze rispetto a quanto previsto dal contratto o eventuali violazioni del presente Regolamento da parte dello Sponsor esse dovranno essere tempestivamente notificate allo Sponsor stesso a cura della U.O. Marketing, Progetti Speciali e Convenzioni Attive con diffida a procedere alle necessarie misure correttive entro un termine perentorio.

Il Responsabile delle Sponsorizzazioni (o Project Leader) competente è tenuto altresì a redigere una relazione finale da inoltrare - per il tramite della U.O. Marketing Progetti Speciali e Convenzioni Attive - alla Direzione Aziendale, al fine di permettere a quest'ultima la valutazione degli esiti del progetto di sponsorizzazione.

ART. 6.13 - ASPETTI PRIVACY

I dati personali comunicati dagli sponsor in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per il raggiungimento delle finalità istituzionali e nel rispetto del nuovo Regolamento Europeo - GDPR 2016/679 e del D.lgs.... 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali",

integrato e modificato dal D.lgs.... 101/2018 recante “Disposizioni in materia di adeguamento della normativa nazionale al Regolamento Europeo (UE) 2016/679”.

Il Titolare dei dati è A.O.U.P., nella persona del Direttore Generale e rappresentante legale *pro tempore* .
Eventuali adempimenti in materia saranno previsti e specificati nei singoli bandi e/o contratti.

ART. 6.14 - CONFLITTO DI INTERESSI E TRASPARENZA

Per ogni proposta di sponsorizzazione pervenuta, il responsabile del procedimento è tenuto a verificare la presenza di conflitto di interessi, in riferimento al quale l’art. 1, comma 41, della legge 190/2012 ha introdotto l’art. 6 *bis* - rubricato “*Conflitto di interessi*” - nella Legge 241/1990 (legge sul procedimento amministrativo) che stabilisce quanto segue: *il responsabile del procedimento e i titolari degli uffici competenti ad adottare pareri, le valutazioni tecniche, gli atti endoprocedimentali e il provvedimento finale devono astenersi in caso di conflitto di interessi, segnalando ogni situazione di conflitto, anche potenziale.*

Detta norma è letta in maniera coordinata con le disposizioni di cui all’art. 7 del D.P.R. 16 aprile 2013 n. 62 (Codice di comportamento dei dipendenti pubblici), secondo cui “*il dipendente si astiene dal partecipare all’adozione di decisioni o ad attività che possano coinvolgere interessi propri, ovvero di suoi parenti, affini entro il secondo grado, del coniuge o di conviventi, oppure di persone con le quali abbia rapporti di frequentazione abituale, ovvero, di soggetti od organizzazioni con cui egli o il coniuge abbia causa pendente o grave inimicizia o rapporti di credito o debito significativi, ovvero di soggetti od organizzazioni di cui sia tutore, curatore, procuratore o agente, ovvero di enti, associazioni anche non riconosciute, comitati, società o stabilimenti di cui sia amministratore o gerente o dirigente. Il dipendente si astiene in ogni altro caso in cui esistano gravi ragioni di convenienza*”.

Pertanto, qualora il responsabile del procedimento/dipendente ritenga di trovarsi in una situazione di conflitto di interessi deve informare il proprio dirigente mediante segnalazione da effettuarsi attraverso il rilascio di apposita dichiarazione, secondo il format validato dal Responsabile della prevenzione, corruzione e trasparenza (MOD 1 nota prot. n. 45324 del 11/09/2018).

L’A.O.U.P. pubblica periodicamente sul proprio sito aziendale un prospetto/report di tutte le sponsorizzazioni ricevute.

ART. 6.15 - PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

Gli obblighi inerenti la prevenzione della corruzione, la trasparenza e la gestione dei conflitti di interessi per le attività dedotte nel contratto di sponsorizzazione sono precisati dalla legge 190/2012, dal Piano Nazionale Anticorruzione vigente e dal Piano Anticorruzione aziendale vigente e vengono altresì specificati e richiamati nel testo contrattuale.

ART. 6.16 - REGIME FISCALE

Il trattamento fiscale delle sponsorizzazioni è regolato dalla normativa vigente, secondo quanto previsto dal D.P.R. n. 633 del 26 ottobre 1972 recante disposizioni in materia di imposta sul valore aggiunto (IVA) e successive modifiche e integrazioni.

Il contratto di sponsorizzazione è soggetto a registrazione solo in caso d’uso, ai sensi degli artt. 5, 39 e 57 del D.P.R. n. 131 del 26/04/1986, con oneri a carico del richiedente.

L’imposta di bollo è a carico dello sponsor.

ART. 6.17 - NORMA DI RINVIO

In relazione alle tematiche non disciplinate dal presente regolamento, si applicano le disposizioni vigenti nello specifico ambito di intervento cui si riferisce il contratto di sponsorizzazione.

7. MODALITÀ E PERIODICITÀ DI AGGIORNAMENTO DEL REGOLAMENTO

L’aggiornamento del presente regolamento è consequenziale al mutamento delle norme nazionali e regionali sul tema o in occasione di mutamenti di indirizzo, di strategie o di organizzazione dell’Azienda.

8. RIFERIMENTI NORMATIVI

1. Legge 27 dicembre 1997 n. 449 recante *“Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica”*, in particolare art. 43 *“Contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, convenzioni con soggetti pubblici o privati, contributi dell’utenza per i servizi pubblici non essenziali e misure di incentivazione della produttività”*;
2. Legge 23 dicembre 1999 n. 488 recante *“Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato. (legge finanziaria 2000)”*;
3. Legge 6 novembre 2012 n. 190 recante *“Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell’illegalità nella pubblica amministrazione”*;
4. Legge 7 agosto 1990 n. 241 recante *“Nuove norme sul procedimento amministrativo”*;
5. Decreto Legislativo 14 marzo 2013 n. 33 *“Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni”*.
6. Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 *Codice dei contratti pubblici*, nell’ultimo aggiornamento con Legge 27 dicembre 2017, n. 205, in particolare all’art. 19 riguardante i *“Contratti di sponsorizzazione”*.
7. Circolare della Giunta Regionale Toscana n. 121452 del 13 maggio 2014, *“Attività di sponsorizzazione – pubblicità in ambito ospedaliero e assistenziale”*.

Normative specifiche su aspetti particolari sono state indicate nel testo.